

Analisis Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Padang

Cindhy Delvira¹, Ariusni²

^{1,2}Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang, Indonesia.

*Korespondensi: cindhy.dvrr@gmail.com, Ariusni77@fe.unp.ac.id

Info Artikel

Diterima:

20 Agustus 2025

Disetujui:

20 Agustus 2025

Terbit daring:

20 Agustus 2025

DOI: -

Sitasi:

Delvira, C & Ariusni. (2025). Analisis Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Padang.

Abstract:

This study was motivated by the increasing use of the Shopee PayLater feature, which is suspected to influence the consumptive behavior of students. The purpose of this study is to analyze the effect of Shopee PayLater usage on the consumptive behavior of students in Padang City. The research method used is quantitative with a descriptive associative approach. The sample for this study consisted of 116 students in Padang City. Data collection was conducted through the distribution of questionnaires. The results of the study indicate that the use of Shopee PayLater has a significant and positive influence on the consumer behavior of students. In other words, the higher the intensity of Shopee PayLater usage, the higher the tendency for students to engage in consumer behavior. The conclusion of this study emphasizes that Shopee PayLater can encourage students to make more frequent purchases even if they do not have sufficient funds. The recommendation is that students need to be more prudent in using paylater services to avoid falling into excessive consumer behavior, while relevant parties can provide more intensive financial literacy education.

Keywords: *Shopee PayLater, Consumer Behavior, Students, E-commerce, Padang City.*

Abstrak:

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan fitur Shopee PayLater yang diduga dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Padang dengan jumlah 116 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan Shopee PayLater, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa Shopee PayLater dapat mendorong mahasiswa melakukan pembelian yang lebih sering meskipun belum memiliki dana yang cukup. Saran yang diberikan adalah mahasiswa perlu lebih bijak dalam menggunakan layanan paylater agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif berlebihan, sementara pihak terkait dapat memberikan edukasi literasi keuangan yang lebih intensif.

Kata Kunci: *Shopee PayLater, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa, E-commerce, Kota Padang.*

Kode Klasifikasi JEL: C92, L81

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa. Layanan keuangan digital seperti Shopee PayLater, yang memungkinkan sistem “beli sekarang, bayar nanti”, semakin diminati karena menawarkan kemudahan dan fleksibilitas dalam berbelanja. Berdasarkan laporan OJK (2024), terdapat lebih dari 79 juta kontrak aktif PayLater secara nasional pada tahun 2023, menunjukkan tren peningkatan penggunaan metode kredit digital yang signifikan.

Di Kota Padang, temuan survei awal yang dilakukan terhadap 64 mahasiswa di Kota Padang menunjukkan dominasi Shopee sebagai e-commerce pilihan utama. Dari hasil tersebut, sebanyak 38 mahasiswa (59,4%) menyatakan menggunakan Shopee, dan 26 mahasiswa diantaranya tercatat pernah menggunakan fitur Shopee PayLater. Untuk data yang lebih lengkapnya ada pada table di bawah ini.

Tabel 1. 1 Jumlah mahasiswa pengguna e-commerce dan layanan Paylater di Kota Padang



Sumber: Data kuesioner yang diolah (2025).

Data ini menunjukkan bahwa mahasiswa bukan hanya pengguna aktif e-commerce, tetapi juga konsumen aktif layanan kredit digital. Hal ini menimbulkan kekhawatiran akan munculnya perilaku konsumtif yang tidak terkontrol, terutama pada kelompok usia muda yang belum sepenuhnya memiliki kestabilan finansial. Beberapa mahasiswa bahkan menyatakan bahwa mereka menggunakan PayLater untuk kebutuhan non-esensial dan mengalami keterlambatan dalam pembayaran.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pertanyaan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang? Selain itu, diteliti pula apakah faktor-faktor seperti penggunaan Shopee Paylater, jumlah uang saku, jenis barang, harga barang, status pekerjaan, status tempat tinggal, dan jenis kelamin turut memengaruhi perilaku konsumtif tersebut. Dari hasil penelitian akan didapatkan factor yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa yang menggunakan Shopee Paylater di Kota Padang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh penggunaan Shopee PayLater dan variabel-variabel sosial ekonomi lainnya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang, serta mengidentifikasi faktor mana yang paling dominan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang dampak teknologi finansial terhadap perilaku konsumen muda.

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana penggunaan layanan keuangan digital seperti Shopee PayLater memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar dalam mengedukasi mahasiswa agar lebih bijak dalam menggunakan fasilitas pinjaman digital, serta menjadi masukan bagi institusi pendidikan tinggi untuk meningkatkan literasi keuangan mahasiswanya. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi bagi pengambil kebijakan, baik dari kalangan akademisi maupun pelaku industri fintech, dalam merancang strategi promosi yang tidak mendorong perilaku konsumtif berlebihan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengkaji pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang. Pendekatan ini digunakan untuk mengukur hubungan antar variabel secara objektif berdasarkan data numerik dari responden yang terstandarisasi.

Variabel dependen yang digunakan adalah Perilaku konsumtif dengan pengukuran skala likert dan variabel independen nya adalah penggunaan Shopee Paylater, sumber uang saku, jumlah uang saku, jenis barang yang dibeli, harga, status pekerjaan, status tempat tinggal dan jenis kelamin. Seluruh variabel independen dalam penelitian ini menggunakan skala dummy.

Objek penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Kota Padang yang pernah menggunakan Shopee PayLater. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: mahasiswa aktif, pengguna Shopee, dan telah menggunakan fitur Shopee PayLater minimal satu kali. Jumlah sampel terdapat 116 orang mahasiswa di Kota Padang.

Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berbasis Google Form yang disebarakan secara daring. Instrumen disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel yang telah ditetapkan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS, yang digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen (seperti jumlah uang saku, jenis barang, dan status pekerjaan) terhadap variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa dari 4 kampus di Kota Padang yang diantaranya 2 Universitas negeri, 1 Universitas swasta dan 1 Politeknik negeri. Universitas tersebut adalah Universitas Negeri Padang, Universitas Andalas, Universitas Bung Hatta, dan Politeknik Negeri Padang. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 116 responden dan dapat digambarkan dengan karakteristik responden meliputi asal kampus, fakultas/ program studi, tahun angkatan, usia, dan jenis kelamin.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online pada tanggal 17 Juli sampai 30 Juli 2025. Kuesioner disebarakan melalui media sosial yaitu WhatsApp, Instagram, Telegram dan Tiktok. Jumlah responden yang terkumpul adalah 116 responden. Analisis dan uji yang dilakukan adalah uji statistik deskriptif, Uji Asumsi klasik (uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinearitas, Analisis regresi linear berganda, Uji hipotesis (uji t dan uji F) dan koefisien determinasi.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dari hasil analisis regresi linear berganda dari pemelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan Shopee paylater, jumlah uang saku, jenis barang yang dibeli, status pekerjaan, status tempat tinggal dan jenis kelamin memiliki Sig, $< 0,05$ yang berarti hipotesis variabel tersebut diterima atau berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya. Sedangkan variabel sumber uang saku dan harga memiliki nilai Sig. $\geq 0,05$ yang berarti hipotesis ditolak atau variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4. 1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t.	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Perilaku konsumtif (Y) (constant)	14,170	0,816		17,366	<0,001
Penggunaan Shopee Paylater (X1)	2,273	0,708	0,196	3,211	0,002
Sumber uang saku (X2)	1,218	0,673	.096	1,810	0,073
Jumlah uang saku (X3)	2,235	0,706	0,198	3,166	0,002
Jenis barang yang dibeli (X4)	1,793	0,661	0,143	2,712	0,008
Harga (X5)	-0,525	0,582	-0,047	-0,902	0,369
Status pekerjaan (X6)	4,106	0,791	0,321	5,190	<0,001
Status tempat tinggal (X7)	2,061	0,742	0,184	2,777	0,006
Jenis kelamin (X8)	2,934	0,693	0,241	4,236	<0,001

Sumber: Olahan SPSS 31.0.

Hal yang menarik adalah hasil penelitian pada variabel harga, yang dimana arah pengaruhnya adalah negatif. Artinya barang dengan harga rendah lebih cenderung meningkatkan perilaku konsumtif dibandingkan dengan harga barang tinggi.

Tabel 4. 2 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Srd. Error the Estimate
1	0,859 ^a	0,739	0,719	2,950

Sumber: Olahan SPSS 31.0.

Pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,719 yang berarti variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 0,719 atau sebesar 71,9%.

PEMBAHASAN

Pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa penggunaan Shopee PayLater memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi < 0,05 yaitu 0,002 dan koefisien regresi yang positif. Artinya, semakin sering atau semakin tinggi intensitas penggunaan Shopee PayLater, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk melakukan perilaku konsumtif. Mahasiswa sebagai kelompok usia produktif sering kali menjadi target pasar strategis dari platform e-commerce seperti Shopee. Selain itu, ketidakterampilan dalam mengelola keuangan pribadi serta pengaruh tren digital menyebabkan mahasiswa lebih rentan terjebak

dalam perilaku konsumtif. Fitur PayLater memperburuk keadaan karena memberikan rasa "kemampuan beli semu" yang bisa mendorong konsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Pokhrel (2024) yang menyimpulkan bahwa penggunaan Shopee Paylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa cenderung berbelanja secara tidak terencana karena kemudahan transaksi dan dorongan emosional seperti keinginan untuk mendapatkan kesenangan sesaat. Secara teoritis menurut Mubarak (2015) penelitian ini berhubungan dengan karakteristik produk yang diinginkan konsumen yaitu lebih cepat (*faster*). Dengan menggunakan Shopee Paylater mahasiswa bisa membeli barang dengan cepat tanpa harus memiliki dana pada saat itu juga, kemudahan dalam transaksi dan juga kenyamanan dalam penggunaan Shopee Paylater.

Pengaruh sumber uang saku terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, variabel sumber uang saku tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini terlihat dari hasil signifikansi $> 0,05$ yaitu $0,073$. Hal ini menunjukkan bahwa apakah uang saku mahasiswa berasal dari orang tua, beasiswa, atau pekerjaan tidak secara langsung menentukan tingkat perilaku konsumtif mereka.

Secara teoritis, menurut Tjiptono (2003), faktor ekonomi pribadi seperti sumber pendapatan memang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Namun, dalam konteks mahasiswa yang menggunakan Shopee PayLater, kemudahan akses terhadap metode pembayaran tampaknya lebih dominan dibandingkan asal dana itu sendiri. Kemungkinan lain adalah mahasiswa yang mendapatkan uang saku dari orang tua sekalipun tetap merasa bebas berbelanja karena merasa tidak langsung mengeluarkan uang pribadi saat bertransaksi menggunakan PayLater. Sehingga, kontrol konsumsi tidak terlalu berkaitan dengan sumber dana, melainkan persepsi terhadap ketersediaan dana dan kemudahan transaksi.

Pengaruh jumlah uang saku terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan variabel jumlah uang saku berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang. Hasil signifikansinya adalah sebesar $0,002$. Signifikansi ini menunjukkan bahwa besarnya uang saku memiliki peranan penting dalam menentukan pola konsumsi mahasiswa. Mahasiswa dengan uang saku \geq Rp 1.500.000 cenderung memiliki fleksibilitas keuangan yang lebih besar, sehingga lebih mudah tergoda untuk membeli barang-barang yang sifatnya bukan kebutuhan pokok.

Dalam konteks penggunaan Shopee PayLater, jumlah uang saku yang besar memberi mereka keyakinan bahwa cicilan belanja bisa dibayar nanti, meskipun transaksi dilakukan secara impulsif. Jumlah uang saku bukan hanya berperan dalam memberikan kemampuan membeli, tetapi juga menjadi pemicu psikologis untuk merasa mampu dan aman dalam berutang melalui fasilitas PayLater. Ketika persepsi tersebut tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik, maka perilaku konsumtif sangat mungkin terjadi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Hanuning (2021) yang dimana perilaku konsumtif dapat terjadi karena faktor internal yaitu keadaan ekonomi. Kondisi ekonomi yang cukup cenderung lebih bebas dalam membelanjakan uangnya, sedangkan mereka yang berada dalam kondisi ekonomi terbatas akan lebih berhati-hati dan hemat dalam mengkonsumsi.

Pengaruh jenis barang yang dibeli terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jenis barang juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang. Mahasiswa yang menggunakan Shopee PayLater untuk membeli barang bukan kebutuhan pokok (kosmetik, trend fashion, gadget, dll.) memiliki kecenderungan konsumtif lebih tinggi dibandingkan mereka yang membeli barang kebutuhan pokok (makanan, obat-obatan dan peralatan tulis/kebutuhan kuliah).

Mahasiswa masa kini hidup dalam ekosistem digital yang sangat cepat dan kompetitif, terutama dalam hal penampilan dan gaya hidup. Ketika media sosial menjadi panggung utama eksistensi, pembelian barang-barang seperti pakaian bermerek, gadget terbaru, atau kosmetik populer tidak lagi bersifat fungsional, melainkan simbol status sosial. Ditambah dengan algoritma Shopee yang sangat personal dan menawarkan barang-barang sesuai histori pencarian, mahasiswa dengan cepat terpapar pada produk-produk yang menggoda secara visual dan emosional. Dalam situasi ini, mahasiswa mudah terdorong untuk membeli barang hanya karena rasa ingin memiliki atau sekadar agar tidak merasa tertinggal oleh tren (fear of missing out / FOMO). Jika barang-barang tersebut dapat dibeli menggunakan Shopee PayLater, maka kendali terhadap keputusan finansial menjadi semakin lemah karena tidak perlu membayar di awal.

Hal ini mendukung definisi perilaku konsumtif menurut Rismawati et al. (2018) bahwa konsumsi berlebihan terhadap barang non-prioritas menandakan perilaku konsumtif. Ini juga menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater seringkali digunakan bukan karena kebutuhan mendesak, tetapi keinginan emosional.

Pengaruh harga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang.

Harga barang tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang, tetapi menunjukkan arah negatif, artinya barang yang lebih murah cenderung lebih dikonsumsi secara impulsif. Mahasiswa lebih tergoda oleh diskon dan kemudahan bayar daripada mempertimbangkan nilai barang. Hal ini bisa terjadi karena mahasiswa lebih terdorong oleh aspek emosional daripada harga barang.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan hasil yang negatif terhadap perspektif harga. Arah negatif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin rendah kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian secara konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah harga barang maka semakin tinggi kecenderungan mahasiswa berperilaku konsumtif. Dewanto & Dahesihsari (2025) mengungkapkan bahwa persepsi harga menjadi fleksibel dalam e-commerce, karena banyaknya diskon, promo, dan opsi pembayaran. Walaupun begitu, mahasiswa tetap menunjukkan kecenderungan untuk memilih barang dengan harga yang lebih murah, bukan karena harga tidak penting, melainkan karena mereka menyadari keterbatasan kemampuan bayar mereka, meskipun menggunakan PayLater.

Pengaruh status pekerjaan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa status tempat tinggal berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang, di mana mahasiswa yang tinggal bersama orang tua justru cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan mereka yang tinggal secara mandiri seperti di kos/kontrakan/kerabat. Hasil ini mungkin tampak berlawanan dengan asumsi umum yang menganggap bahwa mahasiswa yang tinggal sendiri memiliki kebebasan lebih besar dan oleh karena itu akan lebih konsumtif. Namun, jika

ditelusuri lebih dalam, terdapat penjelasan logis dan empiris atas fenomena ini. Mahasiswa yang tinggal bersama orang tua tidak menanggung beban pengeluaran hidup harian secara langsung, seperti biaya makan, listrik, air, sewa tempat tinggal, dan sebagainya. Karena kebutuhan pokok telah ditanggung oleh orang tua, uang saku yang mereka miliki relatif lebih utuh dan bisa dialokasikan untuk kebutuhan sekunder atau tersier seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, hingga barang-barang gaya hidup. Hal ini membuat mereka lebih leluasa dalam melakukan konsumsi, termasuk menggunakan Shopee PayLater untuk memenuhi keinginan pribadi.

Mahasiswa yang tinggal bersama orang tua juga cenderung lebih merasa “aman” secara finansial. Mereka tahu bahwa jika terjadi kesulitan dalam membayar cicilan Shopee PayLater, orang tua dapat membantu. Perasaan aman inilah yang dapat menurunkan kontrol diri dan meningkatkan kecenderungan untuk berbelanja tanpa pertimbangan matang. Selain itu, karena tidak terbebani dengan tanggung jawab finansial penuh, mahasiswa yang tinggal di rumah bisa memiliki waktu dan perhatian lebih besar untuk mengakses platform e-commerce dan tergoda oleh promosi, diskon, atau tren konsumsi di media sosial. Aktivitas belanja online menjadi bentuk hiburan sekaligus pemenuhan gaya hidup, bukan semata kebutuhan fungsional.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Firdaus et al. (2023), yang menjelaskan bahwa akses terhadap fasilitas pembayaran digital seperti Shopee PayLater menjadi lebih berisiko ketika digunakan oleh individu yang merasa tidak memiliki beban finansial langsung. Shopee PayLater menciptakan ilusi likuiditas, dan dalam kondisi tanpa tekanan ekonomi, konsumsi cenderung meningkat. Menurut Tjiptono (2003), perilaku konsumsi sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan sosial dan ekonomi seseorang. Dalam hal ini, dukungan ekonomi dari orang tua dan rasa aman dalam rumah sendiri justru menciptakan ruang yang besar untuk perilaku konsumtif, khususnya jika tidak disertai dengan kontrol diri yang baik.

Pengaruh status tempat tinggal terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa status tempat tinggal berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang, di mana mahasiswa yang tinggal bersama orang tua justru cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan mereka yang tinggal secara mandiri seperti di kos/kontrakan/kerabat. Hasil ini mungkin tampak berlawanan dengan asumsi umum yang menganggap bahwa mahasiswa yang tinggal sendiri memiliki kebebasan lebih besar dan oleh karena itu akan lebih konsumtif. Namun, jika ditelusuri lebih dalam, terdapat penjelasan logis dan empiris atas fenomena ini. Mahasiswa yang tinggal bersama orang tua tidak menanggung beban pengeluaran hidup harian secara langsung, seperti biaya makan, listrik, air, sewa tempat tinggal, dan sebagainya. Karena kebutuhan pokok telah ditanggung oleh orang tua, uang saku yang mereka miliki relatif lebih utuh dan bisa dialokasikan untuk kebutuhan sekunder atau tersier seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, hingga barang-barang gaya hidup. Hal ini membuat mereka lebih leluasa dalam melakukan konsumsi, termasuk menggunakan Shopee PayLater untuk memenuhi keinginan pribadi.

Mahasiswa yang tinggal bersama orang tua juga cenderung lebih merasa “aman” secara finansial. Mereka tahu bahwa jika terjadi kesulitan dalam membayar cicilan Shopee PayLater, orang tua dapat membantu. Perasaan aman inilah yang dapat menurunkan kontrol diri dan meningkatkan kecenderungan untuk berbelanja tanpa pertimbangan matang. Selain itu, karena tidak terbebani dengan tanggung jawab finansial penuh, mahasiswa yang tinggal di rumah bisa memiliki waktu dan perhatian lebih besar untuk mengakses platform e-commerce dan tergoda oleh promosi, diskon, atau tren konsumsi di media sosial. Aktivitas belanja online menjadi bentuk hiburan sekaligus pemenuhan gaya hidup, bukan semata kebutuhan fungsional.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Firdaus et al. (2023), yang menjelaskan bahwa akses terhadap fasilitas pembayaran digital seperti Shopee PayLater menjadi lebih berisiko ketika digunakan oleh individu yang merasa tidak memiliki beban finansial langsung. Shopee PayLater menciptakan ilusi likuiditas, dan dalam kondisi tanpa tekanan ekonomi, konsumsi cenderung meningkat. Menurut Tjiptono (2003), perilaku konsumsi sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan sosial dan ekonomi seseorang. Dalam hal ini, dukungan ekonomi dari orang tua dan rasa aman dalam rumah sendiri justru menciptakan ruang yang besar untuk perilaku konsumtif, khususnya jika tidak disertai dengan kontrol diri yang baik.

Pengaruh jenis kelamin terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang.

Hasil penelitian menunjukkan jenis kelamin memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang. Mahasiswa perempuan cenderung memiliki tingkat konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Secara umum, perbedaan psikologis dan sosial antara laki-laki dan perempuan memengaruhi motivasi serta cara mereka berbelanja. Mahasiswa perempuan umumnya lebih tertarik pada kategori produk yang sifatnya simbolik atau menunjang penampilan, seperti pakaian, skincare, make-up, aksesoris, dan barang-barang lifestyle lainnya. Produk-produk seperti ini banyak ditawarkan di e-commerce seperti Shopee, dan seringkali disertai dengan diskon, promosi, dan kemudahan pembayaran cicilan, termasuk Shopee PayLater.

Perempuan juga secara umum lebih aktif dalam menggunakan media sosial yang secara tidak langsung memengaruhi keputusan konsumsi. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan Shopee Live, mahasiswa perempuan lebih sering terpapar produk, ulasan influencer, serta tren konsumsi terbaru. Paparan yang intens terhadap gaya hidup konsumtif ini meningkatkan dorongan untuk mengikuti tren dan memenuhi ekspektasi sosial, yang pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif. Sementara itu, mahasiswa laki-laki cenderung lebih fokus pada pembelian produk fungsional dan relatif jarang terlibat dalam pembelian rutin melalui PayLater, kecuali untuk barang-barang tertentu seperti gadget, elektronik, atau hobi spesifik. Namun frekuensinya tetap lebih rendah dibandingkan perempuan, terutama dalam konteks pembelian kebutuhan harian dan penunjang penampilan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Hanuning (2011) yang menyebutkan bahwa perempuan lebih responsif terhadap promosi, diskon, dan barang konsumtif seperti fashion dan kosmetik atau produk-produk penunjang penampilan.

Hasil Uji F

Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan, semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ($\text{Sig} = < 0,001$). Nilai adjusted R^2 sebesar 0,719 berarti 71,9% variabel perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh delapan variabel independen dalam model, dan sisanya oleh faktor lain di luar model.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater secara signifikan dan positif memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang. Selain itu, variabel jumlah uang saku, jenis barang yang dibeli, status pekerjaan, status tempat tinggal, dan jenis kelamin juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, sumber uang saku dan harga barang tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Temuan ini menjawab tujuan dan rumusan masalah penelitian, yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater.

Secara teoritis, hasil ini mendukung pandangan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh aspek ekonomi, tetapi juga oleh kemudahan akses finansial digital dan faktor psikososial. Implikasi praktisnya, platform e-commerce dan institusi pendidikan perlu meningkatkan literasi keuangan di kalangan mahasiswa agar penggunaan fitur seperti PayLater tidak menimbulkan risiko konsumsi berlebihan. Keterbatasan penelitian ini terletak pada lingkup geografis yang terbatas di Kota Padang dan data yang bersifat cross-sectional. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah, menggunakan pendekatan longitudinal, atau mengeksplorasi faktor psikologis lebih mendalam.

DAFTAR RUJUKAN

- E. Saefuddin Mubarak (2015). *Ekonomi Manajerial & Strategi Bisnis*. In Media.
- Akuntansi, I., Rahayu, E., & Suharto, H. (2004). *Pengantar Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Amelia, F. W., & Syafrini. (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 6(1), 12–22.
- Dewanto, R., & Dahesihsari, R. (2025). Perilaku Konsumtif Pengguna PayLater pada Generasi Muda. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 3(1), 45–55.
- Firdaus, M., Ramadhani, A., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Shopee PayLater terhadap Perilaku Impulsif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Digital*, 4(2), 88–96.
- Gumulya, D., & Widiastuti, R. (2013). *Perilaku Konsumen Remaja dalam Perspektif Sosial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hanuning, D. (2011). *Psikologi Konsumen dan Perilaku Pembelian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hanuning, D. (2021). Faktor Ekonomi dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Perilaku*, 5(2), 105–113.
- Icharussy, M., Anindita, R., & Pramudita, S. (2025). Shopee PayLater: Inovasi Metode Pembayaran dan Dampaknya Terhadap Konsumen Muda. *Jurnal Inovasi Keuangan Digital*, 2(1), 1–10.
- Mubarak, H. (2015). *Perilaku Konsumen Muslim: Teori dan Implementasi*. Malang: UIN Maliki Press.
- Nur Solihat, E., & Arnasik. (2018). *Pengantar Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Oktaviani, M., Dewi, T., & Rahma, N. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Era Digital. *Jurnal Psikologi Sosial*, 7(1), 50–60.
- Pokhrel, S. (2024). Hedonic Motivation and Impulse Buying through PayLater Features in E-Commerce. *Asian Journal of Digital Commerce*, 5(2), 132–147.
- Rahmawati, N., & Mirati, S. (2022). Psikologi Konsumen dan Pembayaran Digital: Studi pada Pengguna Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Konsumen*, 4(3), 95–104.
- Rismawati, D., Zulfikar, & Astuti, L. (2018). Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 4(1), 78–85.

Salma, A., & Nio, S. (2024). Hubungan Self-Control dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee PayLater. *Jurnal Psikologi Perkembangan*, 6(1), 22–31.

Suwarman, M. (2015). *Psikologi Konsumen dalam Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, F. (2003). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.